

# Παιδική ηλικία και αντικείμενα

Ειρήνη Νάκου

# Ο Υλικός Πολιτισμός

- Τα υλικά πράγματα που βρίσκονται γύρω μας, ο υλικός κόσμος που μας περιβάλλει δεν είναι απλές, μονοσήμαντες «βουβές» και δεδομένες οντότητες αλλά συνδέονται με σύνθετες πολιτισμικές σημασίες και πολλαπλά νοήματα, που μετασχηματίζονται καθημερινά, καθώς διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα συνδιαλέγονται μαζί τους, αναπτύσσοντας αμφίδρομες σχέσεις και διαδράσεις.

# Η Θεωρία του Υλικού Πολιτισμού

- Το πώς συνδέονται τα πράγματα με τις ανθρώπινες κοινωνίες και τον πολιτισμό και το πώς δομούνται οι σημασίες και αξίες των πραγμάτων με βάση τις σχέσεις που αναπτύσσουν μαζί τους οι διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και τα άτομα, είναι ζητήματα που επεξεργάζεται η Θεωρία του Υλικού Πολιτισμού.

# Τα αντικείμενα

- Αντικείμενα, όλα οι υλικές οντότητες, όχι μόνον τα μικρά και κινητά πράγματα.
- Τα αντικείμενα ως ένας κώδικας, σύστημα επικοινωνίας, όπως αυτός της γλώσσας.
- Ωστόσο, τα νοήματα και οι σημασίες των αντικειμένων δεν απορρέουν αποκλειστικά από την εξωτερική μορφή τους και τις διασυνδέσεις τους με τον χώρο και τον χρόνο. Δεν ενυπάρχουν σε αυτά.

# Η δυναμική της ερμηνείας

- Τα νοήματα και οι σημασίες διαμορφώνονται κατά τη διαδικασία της ερμηνείας, σύμφωνα με το εννοιολογικό, κοινωνικό και πολιτισμικό σύστημα κατηγοριών που, κάθε φορά, χρησιμοποιείται.
- Η καθημερινή εμπειρία μας δείχνει ότι οι άνθρωποι δεν αντιλαμβάνονται το φυσικό περιβάλλον τους όπως αυτό είναι. Διαπλάθουν την εμπειρία τους για να ταιριάζει στις προσδοκίες τους που προκύπτουν από τις κατηγορίες της σκέψης τους. Ωστόσο, τόσο τα άτομα όσο και οι προσδοκίες και οι κατηγορίες της σκέψης τους συγκροτούνται κοινωνικά.

# Τύποι και κατηγορίες αντικειμένων

- Διάκριση διαφορετικών τύπων αντικειμένων με βάση διαφορετικά κριτήρια.

# Θεωρία του Υλικού Πολιτισμού

## Βασικές κατηγορίες αντικειμένων

- **Φυσικά και Κατασκευασμένα** από ανθρώπους αντικείμενα
- Τα **Κατασκευασμένα** διακρίνονται σε:  
**Χρηστικά αντικείμενα & Έργα Τέχνης**
- Η ύλη και η φόρμα των αντικειμένων

# Φυσικά αντικείμενα

- Κυριαρχεί κυρίως η ύλη, καθώς αυτή καθορίζει και τη φόρμα τους.
- Πέτρα
- Ξύλο



# Χρηστικά αντικείμενα

- Κυριαρχεί κυρίως η φόρμα, καθώς αυτή καθορίζει την επιλογή και τη διάταξη της ύλης
- Ψαλίδι
- Μολύβι
- Η φόρμα, οι διαστάσεις, η δομή, το βάρος, η ύλη προσαρμόζονται στις δυνατότητες του ανθρώπινου σώματος, ώστε να είναι εύχρηστα. Επιβάλλουν κανόνες και νόρμες.
- Εργονομικός σχεδιασμός

# Εκτός της ανθρώπινης κλίμακας αντικείμενα

Ιδιαίτερα μεγάλα ή ιδιαίτερα μικρά αντικείμενα

Προκαλούν έκπληξη, περιέργεια, φόβο, επειδή υπερβαίνουν την ανθρώπινη κλίμακα.

Προβάλλουν άγνωστες, κρυφές ή φανταστικές όψεις της πραγματικότητας.

Λειτουργούν ως σύμβολα, μαγικά, υπερρεαλιστικά, γι' αυτό τα συναντάμε σε παραμύθια, στα παιχνίδια των παιδιών, σε ιεροτελετουργίες.

# Έργα Τέχνης

- Στα έργα τέχνης η ύλη και η φόρμα είναι ισοδύναμες.
- Συγγενεύουν και με τα φυσικά και με τα κατασκευασμένα χρηστικά αντικείμενα.
- Παρ' όλον ότι είναι κατασκευασμένα από ανθρώπους αντικείμενα, διακρίνονται από τα χρηστικά, καθώς η παραγωγή ενός έργου Τέχνης δεν αφορά “στο φορμάρισμα μίας ύλης, ως προετοιμασία για χρήση”, αλλά στο ίδιο το γεγονός της δημιουργίας ενός όντος που αποκαλύπτει την αλήθεια, τη “μη-κρυπτότητα των όντων” (Heidegger).

# Σχέση των αντικειμένων με τις ανθρώπινες κοινωνίες και τον πολιτισμό

- Ποιος τύπος αντικειμένων συνδέεται πιο άμεσα με τις ανθρώπινες κοινωνίες και τον πολιτισμό;

# Έργα τέχνης δημιουργοί και κοινό

- Η ερμηνευτική προσέγγιση των έργων τέχνης είναι μία καθοριστική διαδικασία τόσο για τα υποκείμενα όσο και για τα ίδια τα έργα.
- Η διαδικασία της ερμηνείας είναι απαραίτητη για να λειτουργήσουν τα έργα τέχνης ως έργα τέχνης, και να αποκαλύψουν την «αλήθεια» σε σχέση με την ερμηνεία του κοινού.
- Τα έργα τέχνης αναμένουν τους «αληθεύοντες».
- Η αλήθεια των έργων τέχνης είναι ιστορική, καθώς συνδέεται με συγκεκριμένο ιστορικό, κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό πλαίσιο της δημιουργίας του και της ερμηνείας του.

# Η πληρότητα των αντικειμένων

- «Κλειστά» και «ανοικτά» αντικείμενα

Τα παιδιά και τα αντικείμενα

# Η αυθεντικότητα των αντικειμένων

- Πρωτότυπα, αυθεντικά αντικείμενα
  - Αντίγραφα και πλαστά.
  - Η εξοικείωσή μας με αντίγραφα συχνά μας κάνει επιφυλακτικούς ως προς τα πρωτότυπα.
  - Αστυνομικό μυθιστόρημα: M. Page, Ο άνθρωπος που έκλεψε την Τζοκόντα.
  - Μεσαίωναs –λείψανα αγίων
  - Αναγέννηση –κειμήλια αρχαιότητας
  - Σύγχρονη εποχή –πλαστά επώνυμα προϊόντα
- Η αγορά της ψευδαίσθησης.

# Τα αντικείμενα και ο χώρος

- Ο χώρος και ο χρόνος συνιστούν βασικές παραμέτρους του ανθρώπινου κόσμου της πράξης και της σκέψης. Χωρίς κάποιου τύπου αντίληψη του χώρου και του χρόνου – όσο συγκεχυμένη και αποσπασματική και εάν είναι – δεν θα υπήρχε γνώση του κόσμου των αντικειμένων ούτε συνείδηση του εαυτού μας και των άλλων.
- Ο χώρος ή ο χρόνος θεωρείτε ότι έχει πρωταρχική σημασία;



# Διαφορές μεταξύ αντικειμένων και οπτικών αναπαραστάσεων

- Τα αντικείμενα καταλαμβάνουν χώρο, ορίζονται από τον χώρο αλλά και ορίζουν τον χώρο, λόγω της τρισδιάστατης υλικής υπόστασής τους.
- Οι οπτικές αναπαραστάσεις (σχέδια, χάρτες, φωτογραφίες, βίντεο, κινηματογράφος) αναπαριστούν τα τρισδιάστατα αντικείμενα και τον τρισδιάστατο χώρο σε δισδιάστατες επιφάνειες.

# Ο χώρος και η σημασία των αντικειμένων

- Η σημασία των αντικειμένων και ο χώρος –  
Αγροτικά εργαλεία  
Κονσέρβα

# Ζωτικός χώρος και επανατοποθέτηση αντικειμένων σε άλλον χώρο

- Μουσεία
- Καρυάτιδες, Ερέχθειο, Μουσείο Ακρόπολης,  
Βρετανικό Μουσείο

# Διαφορετικές χρήσεις αντικειμένων μέσα στον χρόνο συμβάλλουν στη διατήρησή τους

- Παρθενώνας, εκκλησία, τζαμί,  
πυριτιδαποθήκη

# Αντικείμενα και κοινωνικό φύλο (sex – gender)

- Τα αντικείμενα και η συγκρότηση του κοινωνικού φύλου
- Η αξία των αντικειμένων σε σχέση με το κοινωνικό φύλο

# Κάθε κοινωνία διαθέτει τους δικούς της ερμηνευτικούς κώδικες

- Η «επιστήμη», ο τύπος της γνώσης που συγκροτείται μέσα σε κάθε κοινωνία, εξαρτάται από ένα πλέγμα κοινωνικών, πολιτισμικών, πολιτικών και επιστημολογικών στοιχείων, που βρίσκονται σε συνεχή διάλογο μεταξύ τους. Γι' αυτό και τα νοήματα και η γνώση υπόκεινται σε αντίστοιχες αλλαγές και τομές.
- Κάθε κοινωνία αντιλαμβάνεται την πραγματικότητα σύμφωνα με τη δική της γενική «πολιτική της αλήθειας» και προσαρμόζει την ερμηνευτική προσέγγιση της πραγματικότητας στις πρωταρχικές πρακτικές που καθορίζουν το επιστημολογικό πλαίσió της.

# Η πολυσημία των Αντικειμένων και η δυναμική της ερμηνείας

- **Κατανόηση των Α.**

Αναζήτηση, διερεύνηση και κατανόηση πολλαπλών κοινωνικών και πολιτισμικών συμφραζομένων, όπως αυτά αποτυπώνονται στην μορφή τους και αποκωδικοποιούνται από την ερμηνεία τους.

- **Η πολυσημία των Α**

Διασύνδεση με την πολυπλοκότητα των κοινωνικών και πολιτισμικών διαστάσεων των ίδιων των Α και της ερμηνείας τους.

Διαδικασίες Αντίληψης σε σχέση με τις κοινωνικές και πολιτικές διαστάσεις της ερμηνείας

- Εάν δεν προσδοκούμε κάτι, εάν δεν διαθέτουμε ένα προσδοκώμενο, κατανοητό πλαίσιο αναφοράς για τη ματιά μας, συλλέγουμε μόνο ανοργάνωτες μεμονωμένες και ακατανόητες οπτικές εικόνες, που μας αφήνουν αδιάφορους ή μας δημιουργούν σύγχυση.
- Όταν αντιλαμβανόμαστε ένα πρότυπο, μία μορφή, διακρίνουμε την αρχή με βάση την οποία όλα τα στοιχεία της διασυνδέονται μεταξύ τους ... Η μορφή δεν κατοικοεδρεύει στα στοιχεία αλλά στον νόμο που κυβερνά τις μεταξύ τους σχέσεις. ... Η στερεότυπη όραση βλέπει μόνο εκείνες τις μορφές που τα στερεότυπά της της επιτρέπουν να προβλέπει.
- Σύμφωνα με τον Hochberg, σε κάθε στιγμή η εικόνα που αντιλαμβανόμαστε δεν βασίζεται τόσο στον αμφιβληστροειδή του ματιού, ή στην ίδια τη σκηνή, στο Α που παρατηρούμε, αλλά στο μάτι του νου. Η εικόνα αποθηκεύεται κωδικοποιημένη, όχι ως καθρέπτης της πραγματικότητας. Η γλώσσα της τέχνης είναι μία γλώσσα μη κοινότυπων συμβάσεων.



- Ερμηνεία Α. με βάση εξωτερική μορφή τους
- Φαινομενολογία – η αντίληψη είναι κοινή για όλους τους ανθρώπους, εξαρτάται από το φαίνεσθαι των πραγμάτων. Ανιστορική διαδικασία με βάση τον κοινό τρόπο αντίληψης και εμπειρίας.
- Η αντίληψη εξαρτάται από ιστορικές συμβάσεις. Ενεργητική, εξατομικευμένη ιστορική και κοινωνική διαδικασία, που καθιστά αναγκαία τη μεσολάβηση της ερμηνείας.
- Η αντίληψη των πραγμάτων είναι μία διαδικασία προσδιορισμού. Κάθε παρατήρηση της πραγματικότητας είναι ήδη εξ αρχής μία θεωρία. Η αντίληψη και η περιγραφή δεν διαχωρίζονται αλλά συνεργάζονται σε κάθε στάδιο παρατήρησης, καθώς «βλέπουμε κάτι ως κάτι», και με αυτή την έννοια η γλώσσα υπεισέρχεται συνεχώς στην αντίληψη.
- Οι σημειολογικές θεωρίες εκλαμβάνουν τα Α ως ένα σύστημα επικοινωνίας, με έντονη ιστορική, κοινωνική και πολιτική διάσταση, καθώς συνδέονται με όλα τα συστήματα επικοινωνίας που λειτουργούν στον ίδιο κοινωνικό σχηματισμό.

- Η βιωματική (δια των αισθήσεων) εμπειρία και αντίληψη ως μορφή γνώσης διαφέρει από την επιστημονική γνώση. Χρώμα, μορφή, ύλη, βάρος. Η επιστημονική γνώση αντικειμενοποιεί τα όντα διαχωρίζοντάς μας από αυτά, καθώς τα κατανοεί ως αριθμούς και ποσοτικές σχέσεις. Το βάρος ως αριθμός, το χρώμα ως αριθμός ταλαντώσεων. Το χρώμα φανερώνεται μόνο όταν παραμένει ασαφές και ανεξήγητο.
- Η αισθητική αντίληψη δεν αφορά μόνο τις αισθήσεις και τον νου αλλά και τα συναισθήματα. Είναι μια ολιστική εμπειρία που προϋποθέτει τη συμμετοχή όλων των σωματικών, διανοητικών και ψυχικών και κοινωνικών ικανοτήτων που διαθέτουμε για να αντιλαμβανόμαστε τον εαυτό μας, τον κόσμο και τους άλλους. Είναι μία διαδικασία συγκρότησης της υποκειμενικότητάς μας.

- **Αντικείμενα, αισθήσεις, γλώσσα**
- Αντίληψη A με τις αισθήσεις (όραση, αφή κλπ.)
- Αντικείμενα και χώρος. Στη θέση ενός A δεν μπορεί να βρίσκεται άλλο. Κρύβω ένα A. Αυτό υπάρχει.
- Δυσκολία περιγραφής A (χρώματος, σχήματος) και σύγκρισης A. Τα A ανεξάρτητα από τις λέξεις. Η κατανόηση απαιτεί τις αισθήσεις.
- Διαφορά A και εικόνων.

- Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, της παραγωγής, εμπορίας και κατανάλωσης καθιστά τα εμπορεύσιμα Α βασικό παράγοντα της ομογενοποίησης του τρόπου ζωής και της διαμόρφωσης αντίστοιχων προτύπων νοοτροπίας και συμπεριφοράς.

# Η αξία των αντικειμένων

- Η αξία των Α δεν είναι έμφυτο συστατικό στοιχείο τους, αλλά μία κρίση που διατυπώνεται για αυτά από την κοινωνία, σε σχέση με το ιστορικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο.
- Μεγάλη αξία τα Α που ανθίστανται στην επιθυμία μας να τα αποκτήσουμε.
- Η αξία των αντικειμένων επηρεάζεται από την υλικότητά τους (σπανιότητα, βαθμός δυσκολίας απόκτησης πρώτης ύλης), από την ηδονή του ματιού (λάμψη χρυσού), από τον βαθμό δεξιοτεχνικής επεξεργασίας τους (κόσμημα), από την κοινωνική οργάνωση και το κοινωνικό πλέγμα σχέσεων που καθορίζει και τις πρακτικές της ανταλλαγής πραγμάτων.
- Συναισθηματική αξία
- Προσωπική αξία
- Αξία αντικειμένων και κοινωνικό φύλο, ηλικία, γνώσεις, εμπειρίες ...
- **Κατηγορίες αντικειμένων ως προς την αξία**
- Σκουπίδια (άνευ αξίας)
- Εφήμερα (η αξία τους μειώνεται σταθερά με τον χρόνο και τη χρήση)
- Διαχρονικά (η αξία τους διαρκεί στον χρόνο)
- Μετατάξεις αντικειμένων από τη μία κατηγορία στην άλλη.
- Από σκουπίδια σε διαχρονικά με βάση την ένταξή τους σε συλλογές ιδιωτικές ή μουσειακές.

- Η συλλογή, κατοχή αντικειμένων, η χρήση, η αποθήκευση και η ανταλλαγή τους από χέρι σε χέρι στηρίζεται στην υλικότητά τους. Η κυκλοφορία των αντικειμένων γίνεται ανάλογα με την αξία που τους αποδίδεται από την κοινωνία.
- Δυτικός κόσμος – κατανάλωση – πλήθος σκουπιδιών.
- Η αξία των αντικειμένων δεν είναι εγγενής αλλά κοινωνική. Τα κοινωνικά υποκείμενα αποδίδουν αξία στα αντικείμενα, αλλά και τα αντικείμενα που κάθε υποκείμενο κατέχει συμβάλλουν στη διαμόρφωση της κοινωνικής αξίας / θέσης του υποκειμένου.
- Αντιλαμβανόμαστε τη δεδομένη κάθε φορά αξία ενός αντικειμένου αλλά παράλληλα είμαστε έτοιμοι να τη μεταβάλλουμε και να την τροποποιήσουμε, ανάλογα με το γούστο και τις περιστάσεις. Δεν είναι εύκολο να υπολογίσουμε κατά πόσο τα υποκείμενα αλλάζουν την αξία των αντικειμένων, ή τα αντικείμενα ωθούν τα υποκείμενα να αλλάξουν τις ιδέες τους περί αξίας.
- Διακυμάνσεις εμπορίου τέχνης.
- Εργαλείο (χωράφι, αποθήκη, σκουπίδια, οικογενειακό κειμήλιο, διακοσμητικό στοιχείο, συλλογή, μουσείο).

# Παιδιά και συλλογές αντικειμένων

- Αντικείμενα παιδιών και παιχνίδια - η αξία εξαρτάται από το άτομο. Συλλογές Αντικειμένων - η αξία καθορίζεται σε σχέση με άλλα αντικείμενα ή ιδέες (αντιπροσωπευτική ή αναπαραστατική αξία)
- Ενδιαφέρον και ικανότητα συγκρότησης συλλογής αντικειμένων – απόπειρα δόμησης κόσμου, τάξη στο χάος.
- Ο συλλέκτης διαμορφώνει τη συλλογή και η συλλογή τον συλλέκτη. Οι συλλογές είναι Α αγάπης αλλά και κυριαρχίας και ελέγχου.
- Ονοματίζω ένα αντικείμενο σημαίνει ότι το συλλαμβάνω με τρόπο που να το συναρτώ προς ένα σύστημα ταξινόμησης.

## Αντικείμενα και κοινωνικό φύλο

- Είδη αντικειμένων και στερεότυπα για το φύλο
- Έμφυλη προσέγγιση και μεταχείριση αντικειμένων.
- Συγκρότηση κοινωνικού φύλου και αντικείμενα.



# Αντικείμενα και η ανάπτυξη του παιδιού

- Ο ρόλος των Α στην ανάπτυξη του μικρού παιδιού, για το οποίο τα Α προηγούνται της γλώσσας, ως τα πρωταρχικά μέσα εκφοράς συναισθημάτων και επιθυμιών.
- Για αυτό και η συναισθηματική σχέση μας με Α σε όλη τη ζωή μας. Η κατανόηση των ίδιων των σωμάτων μας συνδέεται με την επινόηση του υλικού κόσμου. Οι νηπιακές εμπειρίες ίσως να αποτελούν την αφετηρία της συναισθηματικής σχέσης μας με τα Α. Με τον χρόνο τα Α αποκτούν όλο και βαθύτερο συμβολισμό.

*Η συναισθηματική σχέση προβολής και εσωτερίκευσης που έχουμε με τα αντικείμενα φαίνεται ότι ανήκει στις πρωταρχικές μας εμπειρίες και παραμένει (ίσως για αυτόν ακριβώς τον λόγο) σημαντική για εμάς καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής μας.*

- *Η κατανόηση των ίδιων μας των σωμάτων συνδέεται με την επινόηση του υλικού κόσμου.*
- *Οι νηπιακές εμπειρίες ίσως να αποτελούν την αφετηρία της συναισθηματικής μας σχέσης με τα αντικείμενα. Με τον χρόνο τα αντικείμενα αποκτούν όλο και βαθύτερο συμβολισμό. ...*
- *Η δυνητική εσωστρέφεια των αντικειμένων είναι ένα από τα ισχυρότερα χαρακτηριστικά τους, όσο διαφορούμενο και απροσδιόριστο και να ακούγεται αυτό. Τα αντικείμενα στέκουν μπρος στα μάτια της φαντασίας μας. Συνεχώς ανα-παριστούν τους εαυτούς μας και αφηγούνται τις ιστορίες της ζωής του καθένα μας με τρόπους που μόνο αυτά μπορούν.*

**S.M. Pearce**, Μουσεία, Αντικείμενα και Συλλογές, Βάνιας, Θεσσαλονίκη 2002 (σ. 75-76).

## Παιχνίδι - Αντικείμενο

*Η αλληλοεπίδραση του σώματος του νηπίου με τον εξωτερικό κόσμο εγκαθιδρύει σχέσεις με τα αντικείμενα, μέσω των διαδικασιών της προβολής (projection), όπου οι διαθέσεις του συναισθήματος και των ασύνειδων επιθυμιών αποβάλλονται από τον εαυτό και αποδίδονται σ' ένα άλλο πρόσωπο ή πράγμα, και της εσωτερίκευσης (introjection) ή ενδοβολής, όπου ο εαυτός απορροφά και ασυνείδητα οικειοποιείται ιδιότητες που ανήκουν σε ένα εξωτερικό αντικείμενο.*

- Αυτά τα αντικείμενα συμπεριλαμβάνουν αντικείμενα αλλά και πρόσωπα, όπως και πράγματα που είναι εν μέρει μόνον αντικείμενα. Το παιδί τα επενδύει με ζωηρές φαντασιώσεις ικανοποίησης ή φόβου ή με ένα συνδυασμό των δύο. Στον πυρήνα της θεωρίας της Klein βρίσκεται η επίγνωση ότι το καλό και το κακό διαδέχονται το ένα το άλλο ή συνυπάρχουν σε ένα και το αυτό αντικείμενο. Για το νήπιο, το πρωτεύον αντικείμενο είναι ο μαστός, που βιώνεται, συνεπώς, διαδοχικά ως 'καλός' μαστός, που είναι αυτός που προμηθεύει το γάλα, και ως 'κακός' μαστός, που είναι ο άδειος μαστός.*
- Melanie Klein (1977)**, The importance of Symbol formation in the development of the ego. Dell Publishing, N. York.

## Παιχνίδι – Μεταβατικό Αντικείμενο

- Ο ρόλος της φαντασίωσης στα μικρά παιδιά οδηγεί στην ψευδαίσθηση και σε μια συγκεκριμένη δομή του παιχνιδιού. Υποδεικνύει μια «ενδιάμεση περιοχή της εμπειρίας» στην οποία το παιδί αρχίζει να αντιλαμβάνεται τη διαφορά μεταξύ σωματικών μελών και μη σωματικών μελών, δημιουργώντας μέσω της αντίληψης αυτής «μεταβατικά» φαινόμενα και αντικείμενα: έτσι, π.χ., ένα μαλακό παιχνίδι που μπορεί να πιπιλιστεί και να αγκαλιαστεί μπορεί να πάρει τη θέση του μαστού, παρότι το παιδί γνωρίζει ότι δεν πρόκειται για μαστό. Το σημαντικό σε αυτή την εμπειρία είναι η δυνατότητα να παίξει το παιδί με την ψευδαίσθηση, να χρησιμοποιήσει τη φαντασία που λειτουργεί σε ένα εξωτερικό αντικείμενο για να δημιουργήσει κάτι που έχει ανάγκη. Κατά την Julia Kristeva, το παιχνίδι αρχίζει στον τόπο της συνάντησης του πολιτισμού με τη φύση. Το παιχνίδι, που είναι μια μορφή σωματικής εμπειρίας, παράγει όλα τα αντικείμενα και τα πρόσωπα.

## Τα αντικείμενα και ο πολιτισμός – Θέματα ερμηνείας

- Ποιες βασικές διαφορές μεταξύ της γνώσης δια των αισθήσεων και της επιστημονικής γνώσης;
- *Η αισθητική εμπειρία, ως μορφή γνώσης, διαφέρει από την επιστημονική γνώση. Μέσα από την αισθητική εμπειρία το χρώμα, η μορφή ή το βάρος των όντων γίνονται διαφορετικά αντιληπτά από ό,τι με την επιστημονική προσέγγισή τους... Η επιστημονική μελέτη των όντων αντικειμενοποιεί τα όντα, διαχωρίζοντάς τα μας από αυτά, τοποθετώντας τα απέναντί μας ως αντικείμενα. Η επιστημονική γνώση κατανοεί τα όντα ως αριθμούς και ποσοτικές σχέσεις. Αν τοποθετήσουμε μία 'πέτρα πάνω σε μία ζυγαριά απλώς μεταφέρουμε το βάρος μέσα σε έναν αριθμητικό υπολογισμό... Όταν αναλύουμε το χρώμα μετρώντας το με αριθμούς ταλαντώσεων, το χρώμα έχει εξαφανισθεί. Φανερώνεται μόνον όταν παραμένει αφανές και ανεξήγητο.*

- *Η αισθητική εμπειρία δεν αφορά μόνον στις αισθήσεις και στη νόηση, αλλά και στα συναισθήματα, που, κατά τον Χάιντεγκερ συνοδεύουν την ύπαρξη του ανθρώπου από τη γέννηση έως το θάνατο και τον βοηθούν να αντιλαμβάνεται ότι υπάρχει στον κόσμο, ανάμεσα στα άλλα όντα. Με αυτή την έννοια, η αισθητική εμπειρία είναι μία ολιστική εμπειρία, που προϋποθέτει τη συμμετοχή όλων των σωματικών, διανοητικών και ψυχικών ικανοτήτων που διαθέτουμε για να αντιλαμβανόμαστε τον εαυτό μας και τον κόσμο, εισδύοντας όσο γίνεται πιο βαθιά στο Είναι, στην ουσία τους. Είναι μία διαδικασία συγκρότησης της υποκειμενικότητάς μας.*

- Κατά την S. Pearce, η δυναμική της ερμηνείας και της επανερμηνείας των αντικειμένων πηγάζει πέρα από την απλή αντίληψη του αντικειμένου. Το μήνυμα ή το νόημα που το αντικείμενο εκπέμπει δεν είναι ποτέ πλήρες και ο κάθε θεατής γεμίζει τα κενά με τον δικό του τρόπο, αποκλείοντας έτσι άλλες πιθανότητες. Τα αντικείμενα είναι ανεξάντλητα και πλουσιότερα από τις αντιλήψεις που έχουν διαμορφωθεί για αυτά. Δεν είναι τυχαίο ότι κάθε φορά που βλέπουμε ένα αντικείμενο το αντιλαμβανόμαστε διαφορετικά. «Το αντικείμενο μετατρέπεται σε εμπειρία. Κατά μία έννοια, αντανακλά την εξέλιξη της προσωπικότητας του θεατή. [...] σαν ένας καθρέπτης. Συγχρόνως όμως το αντικείμενο επιδρά στον θεατή τροποποιώντας τον ή αλλάζοντάς τον, έτσι ώστε αυτός να γίνεται ένα κάπως διαφορετικό πρόσωπο από αυτό που ήταν προηγουμένως.

- **Ατομική ή κοινωνική η διαδικασία της ερμηνείας;**
- Παρά τον εξατομικευμένο χαρακτήρα της η ερμηνεία παραμένει μία κοινωνική διαδικασία, καθώς τα πολλά και ποικίλα νοήματα που μέσω της ερμηνείας αποδίδονται στα αντικείμενα απορρέουν από κοινωνικά συγκροτημένα εννοιολογικά συστήματα κατηγοριών.
- *Ο υλικός πολιτισμός μπορεί να θεωρηθεί ως ένα είδος κειμένου, ως μία σιωπηλή μορφή γραφής και διαλόγου. Δεν είναι τα άτομα που δομούν τον υλικό πολιτισμό ή τη γλώσσα, αλλά μάλλον τα άτομα που δομούνται μέσω αυτών.*
- **Η ανθρωπολογική διάσταση της χρήσης και ερμηνείας των Αντικειμένων**
- Στοιχεία για τα υποκείμενα με βάση την ερμηνεία, αντίληψη, χρήση, παρατήρηση των αντικειμένων.



# Πώς τα παιδιά εξελίσσουν την κατάκτηση των εννοιών;

- Μικρά παιδιά – Αντίληψη, συναισθηματική κατανόηση αντικειμένων.
- Ανάπτυξη νου, γλώσσας και κοινωνικοποίηση με βάση την επεξεργασία αντικειμένων.

- **Vygotsky: Επιστημονικές και αυθόρμητες έννοιες**

*Παρ' όλο που οι επιστημονικές έννοιες και οι αυθόρμητες έννοιες αναπτύσσονται με αντίθετες κατευθύνσεις, οι δύο διαδικασίες είναι στενά συνδεδεμένες. Η ανάπτυξη μίας αυθόρμητης έννοιας πρέπει να έχει φτάσει σε ένα επίπεδο για να μπορέσει το παιδί να αφομοιώσει μία σχετική επιστημονική έννοια. Για παράδειγμα, οι ιστορικές έννοιες μπορούν να αρχίσουν να αναπτύσσονται μόνο όταν η καθημερινή έννοια του παρελθόντος έχει ικανοποιητικά διαφοροποιηθεί [...] Επεξεργαζόμενη την ανοδική της πορεία μία καθημερινή έννοια ανοίγει ένα μονοπάτι για την επιστημονική έννοια και την καθοδική της εξέλιξη. Δημιουργεί μία σειρά από δομές που είναι απαραίτητες για την εξέλιξη των πιο πρωτόγονων και στοιχειωδών πλευρών μίας έννοιας, οι οποίες της προσδίδουν συνεκτικότητα και σφρίγος. Οι επιστημονικές έννοιες, με τη σειρά τους, παρέχουν τις δομές για την ανοδική εξέλιξη των παιδικών αυθόρμητων εννοιών προς τη συνείδηση και την κυριολεκτική χρήση τους. Οι επιστημονικές έννοιες αναπτύσσονται καθοδικά μέσω των αυθόρμητων εννοιών. Οι αυθόρμητες έννοιες αναπτύσσονται ανοδικά μέσω των επιστημονικών εννοιών. Η δύναμη των επιστημονικών εννοιών βρίσκεται στον συνειδητό και κυριολεκτικό χαρακτήρα τους. Οι αυθόρμητες έννοιες, αντίθετα, είναι δυνατές ως προς ό,τι αφορά στο συγκεκριμένο, το εμπειρικό και το πρακτικό. Αυτά τα δύο συστήματα εννοιών, που αναπτύσσονται από κάτω και από πάνω, αποκαλύπτουν την πραγματική φύση τους στη σχέση της παρούσας [διανοητικής] ανάπτυξης [ενός παιδιού] με την περιοχή της άμεσης επικείμενης ανάπτυξής [του].*

## Σχέση της λέξης με τη σκέψη

- *Η σχέση της σκέψης με τη λέξη δεν είναι ένα πράγμα αλλά μία διαδικασία, μία συνεχής κίνηση πίσω-μπρος, από τη σκέψη στη λέξη και από τη λέξη στη σκέψη. Σε αυτή την διαδικασία, η σχέση της σκέψης και της λέξης υφίσταται αλλαγές, που και οι ίδιες μπορούν να θεωρηθούν ως ανάπτυξη με τη λειτουργική έννοια. Η σκέψη δεν εκφράζεται απλώς με λέξεις – αποκτά οντότητα μέσω αυτών.*

# Βασική διαφορά μεταξύ του Piaget και του Vygotsky

- Piaget: Η νοητική ανάπτυξη των παιδιών συνδέεται κυρίως με την ηλικία.

Η εκπαίδευση πρέπει να ακολουθεί την ηλικία των παιδιών.

- Vygotsky: Η νοητική ανάπτυξη των παιδιών συνδέεται με το κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο ζουν.

Η εκπαίδευση πρέπει να προωθεί την ανάπτυξη των παιδιών.

# **Gardner:** Η θεωρία των πολλαπλών τύπων νοημοσύνης *Theory of multiple intelligences.*

## Τύποι νοημοσύνης

- Γλωσσική ή λεκτική
- Λογικομαθηματική
- Χωροαντιληπτική
- Μουσική
- Σωματοκινηστική
- Διαπροσωπική
- Ενδοπροσωπική ή Ενδοατομική νοημοσύνη

# Barbie™

μια Κούκλα...  
μια Ιστορία!

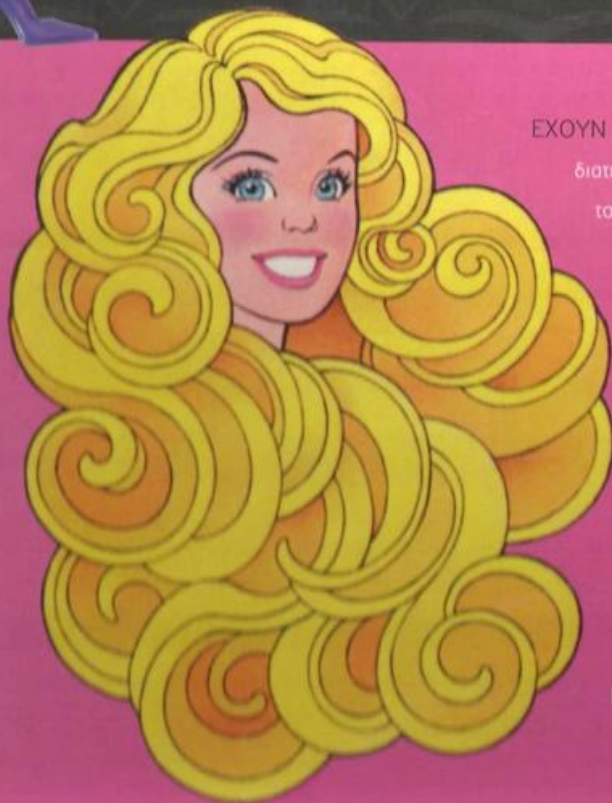
ΕΠΕΤΕΙΑΚΟ ΛΕΥΚΩΜΑ 50 ΧΡΟΝΩΝ BARBIE



JENNIE D'AMATO



## Μια **διάσημη** κούκλα με **εντυπωσιακή** γκαρνταρόμπα

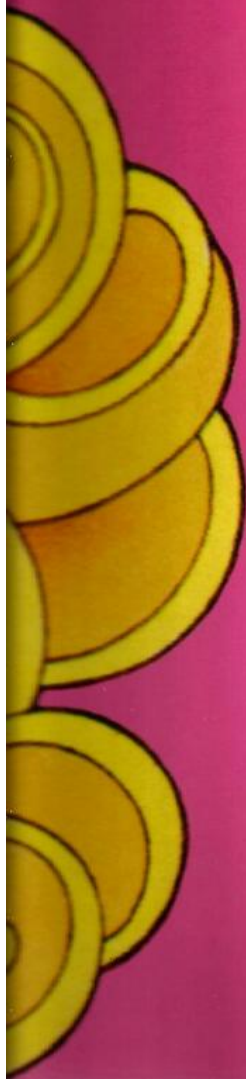


ΕΧΟΥΝ ΠΕΡΑΣΕΙ ΠΕΝΗΝΤΑ ΧΡΟΝΙΑ από το ντεμπούτο της Barbie, κι εκείνη εξακολουθεί να διατηρεί την ιδιαίτερη λάμψη της. Μέσα από τον κόσμο της, πολλά κορίτσια έκαναν αληθινά τα όνειρά τους, αλλά και τις πιο κρυφές στυλιστικές φαντασιώσεις τους! Στο λεύκωμα που κρατάτε στα χέρια σας ξετυλίγεται η ιστορία της πιο αγαπημένης κούκλας στον πλανήτη, ενώ παρουσιάζονται τα ρούχα και τα αξεσουάρ της, οι φίλοι της, το σπίτι και τα άνειρά της!

Ζήστε τη λαμυρή άφιξη ενός teenage προτύπου, απολαύστε ξένοιαστες στιγμές στο ηλιόλουστο Μαλιμπού, θαυμάστε τα ιδιαίτερα κτενίσματα της δεκαετίας του '90 και βιώστε ξανά τον ερχομό του millennium. Διαβάστε επίσης χαρακτηριστικά άρθρα της εποχής, όπως και τις απόψεις των ιδρυτών και σχεδιαστών της Mattel, και δείτε σπάνιες φωτογραφίες, καθώς και την ιστορική κάρτα μέλους του fan club του 1964... Ακόμη, μεγάλα ονόματα της μόδας, όπως η Βέρα Γουάνγκ και ο Μπομπ Μακι, μιλούν για τα ρούχα που σχεδίασαν ειδικά για την Barbie, μητέρες και κόρες διηγούνται τις δικές τους εμπειρίες με τη διάσημη κούκλα, ενώ ο Κεν πραγματικά εντυπωσιάζει με τις μεταμορφώσεις του. Κάθε γυναίκα κρύβει μια Barbie μέσα της. Ανακαλύψτε την!

# Περιεχόμενα

6	Εισαγωγή
.....	
10	«Δε γνωρίζω τι νούμερο φοράω. Όλα τα ρούχα μου ράβονται κατά παραγγελία». ΤΟ ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΤΗΣ BARBIE (1959)
20	«Όταν είσαι τόσο όμορφη, ποιος νοιάζεται αν είσαι πηλαστική;» ΜΟΔΑ, ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΚΑΙ ΦΙΛΟΙ (1960-1966)
40	«Μιλήστε αργά και κρατήστε μία κομψή τσάντα στον ώμο». ΚΙΝΕΙΤΑΙ! ΜΙΛΑΕΙ! (1967-1969)
50	«Τροπικό μαύρισμα για πάντα!» ΒΑΛΤΕ ΤΟ ΜΑΛΙΜΠΟΥ ΣΤΟ ΧΑΡΤΗ (1970-1976)
62	«Για να είμαι ειρηνική, το να είμαι βασίλισσα για μία μέρα δε μου ήταν αρκετό». ΑΛΗΘΙΝΗ SUPERSTAR (1977-1979)
74	«Δε σχεδιάστηκα για να κάνω τη νοικοκυρά». ΚΑΡΙΕΡΙΣΤΑ ΚΑΙ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗ (1980-1989)
90	«Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσοι συνέβαλαν ώστε αυτά τα υπέροχα χτενίσματα να γίνουν πραγματικότητα». ΥΠΕΡΟΧΑ ΧΤΕΝΙΣΜΑΤΑ (1990-1999)
106	«Τα ινδάλματα του στυλι έρχονται και παρέρχονται. Όχι όλα όμως». Η BARBIE ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ (2000-2009)
.....	
122	Κατάλογος με κούκλες και ρούχα
124	Φωτογραφικό υλικό
126	Ευχαριστίες
127	Βιβλιογραφία





**Α**νεξάρτητα από το πότε μπήκε η Barbie στη ζωή σας, άσκησε από το παιχνίδι ήταν η πρώτη κούκλα που αγοράσατε –ως παιδί, συλλέκτης, γονέας ή απλώς λάτρης της ποπ κουλτούρας–, αδιαμφισβήτητα κατάφερε να φτιάξει την προσοχή σας. Μέσα από τη φανταστική γκαρνταρόμπα της, που συνεχώς ανανεώνεται με βάση τις τάσεις της μόδας εκπροσωπώντας ταυτόχρονα τις γυναίκες της λάμψης, των δυναμικών πρωτοβουλιών και της καριέρας, η κούκλα φανόμορμος μας έμαθε κάτι πολύ βασικό: Κανένας δεν μπορεί να φανταστεί τι θα φέρει το μέλλον!

Αν ρωτήσετε ένα κορίτσι που είχε Barbie ποιο πιστεύει πως είναι το πιο διακριτικό στοιχείο της συγκεκριμένης κούκλας, σίγουρα η απάντηση που θα λάβετε θα είναι ένας συνδυασμός κιούμπορ, θαυμασμού και χαράς. «Αυτά τα μικρά στυλάτα πάντα ήταν ακαταμάχητα!» «Μπορούσα να κάνω την Barbie μου να μιλήσει με τον παππού μου καλύτερα απ' ό,τι τόλμησα να μιλήσω εγώ σε αγόρια» «Είχα εμμονή να μιλήσω με τη Star Vette».

Ενα χρόνο που πέρασαν η Barbie δοκίμασε διάφορα χτενίσματα, έβγαλε αρκετές βόλτες το σκυλό της οικογένειας, έκανε μαθήματα σέρφινγκ στην μπανιέρα και ηρώθηκε συχνά τον άτακτο μικρό αδελφό της. Φυσικά, η υπομονή της ανταμείφθηκε – φτιάχτηκαν δημιουργίες των περισσότερων διάσημων σχεδιαστών μόδας – για να μην αναφέρουμε ότι στην ντουλάπα της έχει περισσότερες τσάντες και παπούτσια από οποιαδήποτε γυναίκα στον κόσμο! Η Barbie έχει πολλούς θαυμαστές –παιδιά και ενήλικους, γυναίκες και άντρες κάθε εθνικότητας– που δεν έπαψαν ποτέ να τη θαυμάζουν. Η αλήθεια είναι πως δεν πρόκειται απλώς για ένα παιχνίδι, αλλά για ένα μέσο πραγματοποίησης ονείρων. Είναι η πρώτη μας επαφή με τη μόδα, η πρώτη ευκαιρία που μας δόθηκε ν' αποκτήσουμε ένα ρόλο, να πάρουμε πρωτοβουλίες, αλλά και να φανταστούμε τον εαυτό μας όπως ακριβώς θέλουμε.

Έτσι, όμως, από τα παραπάνω δε θα είχε γίνει πραγματικότητα χωρίς την εμπνευσμένη μοναδικής Ρουθ Χάντλερ. Όταν η Mattel λάνσαρε για πρώτη φορά την κούκλα που έφτιαξε για το Toy Fair της Νέας Υόρκης του 1959, άνοιξε μια καινούρια σελίδα στη βιομηχανία παιχνιδιών.



«Δε γνωρίζω τι νούμερο φοράω.  
Όλα τα ρούχα μου ράβονται  
κατά παραγγελία».

1

ΤΟ ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΤΗΣ BARBIE 1959



Η ΑΣΦΑΛΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗ Η πρώτη κούκλα Barbie ήταν ντυμένη σε όμοιο μούρο.





**ΚΟΜΨΟΤΗΤΑ** Η Barbie προήγαγε την κομψότητα και το σοφιστικέ στιλ.



**ΚΑΙ ΤΟΤΕ ΓΕΝΝΗΘΗΚΕ Η BARBIE.** Η Barbie ξεχώρισε από την πρώτη στιγμή που έκανε την εμφάνισή της. Βλέπετε, ήταν εντελώς διαφορετική από τις μέχρι τότε συνηθισμένες κούκλες για παιδιά. Δεν παρίστανε κάποιο μωρό, αλλά μια πραγματική γυναίκα. Μητέρες και κόρες θαμπώθηκαν από την κομψότητά της και το σοφιστικέ στιλ που λάνσαρε. Επιτέλους, μια κούκλα μπορούσε να μεταφέρει μ' επιτυχία ένα παιδί στο λαμπρό κόσμο των μεγάλων!



## ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ

Η παρουσία της Mattel στην ιστορία του παιχνιδιού οφείλεται στο όραμα δύο νέων ανθρώπων, οι οποίοι κατασκεύαζαν παιχνίδια από παλιά αντικείμενα σ' ένα μικρό γκαράζ στο Λος Άντζελες. Με ελάχιστα εργαλεία και πολλές φρέσκες ιδέες, ο Έλιοτ Χάντλερ και ο Χάρολντ «Ματ» Μάτσον ένωσαν τις δυνάμεις και τις σχεδιαστικές ικανότητές τους, και ίδρυσαν το 1945 τη Mattel. Ωστόσο, η σύζυγος και μελλοντική συνεργάτιδα του Έλιοτ Χάντλερ, Ρουθ, ήταν εκείνη που συνέλαβε την ιδέα για τη δημιουργία της Barbie, μια κούκλα που έφερε τη Mattel στο προσκήνιο, όπου και παρέμεινε για πολλές δεκαετίες.

Η Ρουθ εμπνεύστηκε την Barbie από την κόρη της, Μπάρμπαρα, καθώς την παρακολουθούσε να παίζει με τις φίλες της. Παρατήρησε πως την ενδιέφεραν περισσότερο οι χάρτινες κούκλες που παρέπεμπαν σε ενήλικο, παρά οι συνηθισμένες που θυμίζαν μωρά. «Πίστευα πως μπορούμε να πετύχουμε τρία σ' ένα με αυτή την κούκλα», τονίζει η Ρουθ. Τελικά, μίλησε στο σύζυγό της και σύντομα από τη θεωρία πέρασαν στην πράξη. Χρειάστηκαν, βέβαια, τρία χρόνια περίπου ώσπου να τελειοποιήσουν την κούκλα, η οποία τελικά παρουσιάστηκε το 1959 αρχικά με τ' όνομα Barbara και μετά ως Barbie. Έπειτα από χρόνια, η Ρουθ Χάντλερ εξηγή στο περιοδικό *New York Times* το πως η Barbie εξελίχθηκε σε ένα τόσο σημαντικό παιχνίδι: «Κάθε μικρό κορίτσι είχε ανάγκη από μια κούκλα που θα της θυμίζει τον εαυτό της έπειτα από χρόνια».



RESORT #963. Retail: \$1



EVENING SPLENDOR #961. Retail: \$1





«Όταν είσαι τόσο όμορφη,  
ποιος νοιάζεται  
αν είσαι πλαστική;»

2

ΜΟΔΑ, ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΚΑΙ ΦΙΛΟΙ 1960-1966



**ΚΑΝ' ΤΟ ΟΠΩΣ Η ΖΑΚΛΙΝ ΛΙ ΜΠΟΥΒΙΕ ΚΕΝΕΝΤΙ** Μόλις η Τζέκι πέρασε το κατώφλι του Λευκού Οίκου το 1961, έφερε έναν αέρα αλλαγής. Η πρώτη κυρία ήξερε πάντα πώς να ντυθεί για κάθε περιστάση, ενώ διέθετε μοναδικό στιλ. Έτσι, κατέστη το νέο πρότυπο της μόδας και το κλασικό αριστοκρατικό λουκ της αποτέλεσε πηγή έμπνευσης για τουαλέτες και κομμάτια χτενίσματα. Τα κοντά σασκία και τα φορέματα σε γραμμή αβρα ήταν οι χαρακτηριστικότερες ενδυματολογικές επιλογές της.



**Ο ΣΥΝΟΔΟΣ ΤΗΣ BARBIE** Το 1961 έκανε το ντεμπούτο του ο Ken, ο συνοδός της Barbie. Ο πρώτος κούκλος Ken φορούσε κόκκινο μαγιό, κόκκινο ριγέ μπουρνούζι και σανδάλια, ενώ κρατούσε μία πετσέτα θαλάσσης. Τα μαλλιά του ήταν αρχικά ξανθά! Οι Ken που ακολούθησαν είχαν να επιδείξουν μια γλυύσια γκαρνταρόμπα, που περιλάμβανε ρούχα για όλες τις περιστάσεις και δραστηριότητες, από αθλητικά σύνολα μέχρι κοστούμια για επίσημες εμφανίσεις.

*Barbie and Ken*  
HE'S A DOLL!  
TEEN AGE FASHION MODEL    BARBIE'S BOYFRIEND



**ΕΝΑΣ ΚΟΥΚΛΟΣ!** Ο Ken, πάντα κομψός και καλοντυμένος.

# LIFE

AUGUST 23 · 1963 · 25¢

**Η BARBIE ΠΙΟ ΑΛΗΘΙΝΗ ΑΠΟ ΠΟΤΕ!** Το 1963 το περιοδικό *LIFE* αφιέρωσε στην Barbie τρεις από τις σελίδες του. Ο κόσμος την αντιμετώπιζε ως άνθρωπο που ακολουθούσε τις εξελίξεις. Αυτή ήταν η ηθική επιβράβευση των ανθρώπων της Mattel, όπως του εικονογράφου Αλ Άντερσον που ζωγράφιζε την ιστορία της πάνω στο χαρτί και της έδωσε πνοή, και φυσικά του φωτογράφου Άλαν Γκραντ, που την απαθανάτισε με το φακό του. Από το 1962 και μετά ακολούθησε μια σειρά βιβλίων με εκείνη ως πρωταγωνίστρια από τον εκδοτικό οίκο Random House, γεγονός που την καθιέρωσε ακόμα περισσότερο ως άνθρωπο στη συνείδηση όλων.

Looking every inch—all 11½ of them—the fashion plate, Barbie is the most popular girl in toy history. A shapely sensation (5½-3-4½), shown in exact size at right, she has helped make her creator, Mattel, Inc., the biggest U.S. toy company. And her extensive wardrobe has pushed Mattel into first place as the biggest clothing manufacturer in number of outfits made. As with a lot of ladies, passing years have only made Barbie more desirable. This month, five years after her debut, more Barbies than ever are high-stepping off pre-Christmas production lines.

Barbie's personality has defied many imitators. She receives 500 letters a week, has a national fan club, and was recently criticized by a syndicated fashion writer for wearing plastic shoes. She is also the despair of nine million fathers who now find that Barbie has to be clothed just like wives and daughters.



## The Most Popular Doll in Town



Barbie's \$130 wardrobe

from nurse to nightclubber



**Leonardo da Vinci:  
The Inventor and  
Artist**

**Dialogue in the Dark:  
The Experience in the Dark**

**World of Games:  
35 Years of Video Gaming**

**The Barbie Story:  
A Doll that Changed  
the World**



## **BARBIE'S WORLDWIDE SUCCESS**

- Since 1960 USD 1.9b in sales
- Available in 150 countries around the world
- Every second 2 BARBIES are being sold
- More than 1b dolls sold
- Trend setter and cult in fashion design  
(i.e. Givenchy, Dior, Gucci, etc.)
- BARBIE owns more than 1 million pairs of shoes  
and gets additional 100 new accessories every year
- BARBIE owns more than 40 pets (21 dogs,  
12 horses, 6 cats, 3 ponys, 1 giraffe, 1 zebra,  
1 pandabear, 1 ape, etc.)

**Τ**ο 1945 το ζεύγος των Ρουθ και Ελιστ Χάντλερ ένωσε τις επιχειρηματικές δυνάμεις του με τον οικογενειακό του φίλο Χάρολντ Μάτσον δημιουργώντας την εταιρεία Mattel, που έμελλε να μετατραπεί σε κολλοσό. Στα μέσα της δεκαετίας του 1950 η κυρία Ρουθ επισκέφθηκε την Ελβετία και ανακάλυψε τη γερμανικής προέλευσης κούκλα Lilli, η οποία ήταν εμπνευσμένη από ένα κόμικ του Ράινχαρντ Μπόταν, που δημοσιευόταν στην εφημερίδα «Die Bild». Ξανθιά, καλλίγρραμη και γυναικεία καριέρας η οποία όμως δεν δίσταζε να χρησιμοποιήσει τους άνδρες προκειμένου να πετύχει τους στόχους της, η συγκεκριμένη κούκλα απευθυνόταν σε ενήλικο κοινό και ενέπνευσε τη διορατική Χάντλερ, η οποία επέστρεψε στην πατρίδα της αποφασισμένη να μεταλλάξει το γερμανικό όνειρο σε αμερικανικό: γνωρίζοντας ότι ως τότε στις ΗΠΑ κυκλοφορούσαν μόνο κούκλες με χαρακτηριστικά μωρού (baby dolls), αγόρασε τα δικαιώματα από τη γερμανική εταιρεία. Η Γερμανίδα Lilli πέθανε και η μετενοάρκωση της πήρε το όνομα

Μπάρμπι, όπως άλλωστε ονομαζόταν και η κόρη της δαιμόνιας κυρίας Ρουθ. Το σκεπτικό της εταιρείας ήταν να οπλίσει τα χέρια των κοριτσιών με μία κούκλα που θα τα ενέπνευσε για το πώς ήθελαν να γίνουν όταν μεγαλώσουν, ήτοι ξανθές και επιδόξες νύφες...

### Οι καστανές στο ράφι...

Συνειδητοποιώντας ότι η κούκλα με τα χρυσά μαλλιά δεν απέχε πολύ από τη λογική της κότας με τα χρυσά αβγά, οι κατασκευαστές της έσπευσαν να πατεντάρουν κάθε λεπτομέρεια που την έκανε μοναδική: όταν ένα παιδί δεν την κρατούσε στα χέρια του, εκείνη μπορούσε να στέκεται σε οποιαδήποτε επίπεδη επιφάνεια. «Η κούκλα που στέκεται ολομόναχη στα πόδια της, όπως ορφείει να κάνει κάθε σύγχρονη γυναίκα» ήταν το ολόκληρο που σκαρφίστηκαν οι διαφημιστές. Χάρη σε ενσωματωμένα σύρματα μπορούσε επίσης να λυγίζει τα γόνατά της: «Τα γόνατά της λυγίζουν και κάνουν τον Κεν (σ.σ.: έτσι ονομαζόταν ο γιος του ζεύγους Χάντλερ) να γονατίζει με τη σειρά του και να τη ζητάει σε γά-



μο». Αυτό ήταν! Το μανιφέστο της ξανθιάς μοιραίας που έχει όποιον ποθήσει στα πόδια της είχε θεσπιστεί κάτω από τη μίση χιλιάδων αγοραστών που είχαν σπεύσει να την κάνουν δική τους, αφήνοντας την καστανή εκδοχή της – «οι έκπληξη!» – στο ράφι. Το 1971 τα μάτια της Μπάρμπι επανασχεδιάστηκαν προκειμένου να μην κοιτάζουν πλέον στο πλάι: «Η κούκλα που ξέρει να κοιτάζει μπροστά, όπως πρέπει να κάνει κάθε χειραφετημένη γυναίκα» διαλάουσαν οι διαφημιστές, εξαρτιώνοντας τις απανταχού φεμινίστριες, οι οποίες δεν θα έλεγαν όχι αν μαζί με τους δικούς τους σπινθόδεσμούς έκαιγαν και τους μικροσκοπικούς και σχε-



διασμένους από τη συνεργάτιδα της Mattel Σάρλοτ Τζόνσον.

### Μπάρμπι και Μέρβιλιν

«Τελικά ποιος παίζει με ποιον; Το παιδί με την κούκλα ή η κούκλα με το παιδί; Ίσως η αφορία! Προσπαθώντας να αποκοινοποιήσουν το συγκεκριμένο έμβλημα του αμερικανικού ναζιζάν, το μισό μου πηγαίνει στη Μονρόε. Δίστι αν τη Μπάρμπι είναι κάτι παραπάνω από κούκλα, η Μέρβιλιν ήταν κάτι παραπάνω από γυναίκα. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο ότι ο κορυφαίος Αντι Γουόρχολ ασχολήθηκε και με τις δύο» σημειώνει ο επιμελητής της έκθεσης και διευθυντής του Μουσείου Ναζιζάν Θεσσαλονίκης κ. Στέργιος Δελιαλής. Οπως «ο μεγαλύτερος αμερικανός ναζί» όπως τον αποκαλεί ο καθηγητής και αρχιτέκτονας Γιώργος Τζατζιλιάσης σε κείμενο σχετικό με την έκθεση, αναπαρήγαγε τη μορφή της Μονρόε δώδεκα φορές σε ισόριθμα χρώματα, αποκόπτοντας την από το πραγματικό περιβάλλον. Το 1985 ένωσε έτοιμος να δημιουργήσει έναν πίνακα με θέμα την Μπάρμπι, τοποθετώντάς την στο πάνθεον των μουσών του, κοντά στη Μέρβιλιν. Και οι δύο αποτέλεσαν και αποτελούν πρότυπο για πολλές γυναίκες που μπορεί να μη γεννήθηκαν, αλλά σίγουρα μεγάλωσαν με το όνειρο να γίνουν κάτι άλλο από αυτό που πραγματικά είναι...

### Πολιτικώς ορθή

Στην προσπάθειά της να απαλλάξει την Μπάρμπι από τη ρετινιά της κούκλας που ειθύνεται για όλες – ή έστω τις περισσότερες – γυναίκες υστερίες, η Mattel οδηγείται σε μια σειρά από πολιτικώς ορθές κινήσεις κάθε φορά που διατυπώνεται μία κατηγορία. Η πιο πρόσφατη ήταν εκείνη περί νευρικής ανορεξίας το 1997, με την εταιρεία να αποφασίζει να... φαρδύνει τη μέση της κούκλας αρκετούς πόντους, προκειμένου να μην προσάπτουν στην πλαστική κούκλα την ευθύνη για την καχεξία χιλιάδων κοριτσιών. Την ίδια χρονιά λανσαρίστηκε η κούκλα «Share a smile Becky» (χαμογέλασε μάς, Μπέκι), η οποία ήταν καθηλωμένη σε ροζ αναπηρικό καρότσι. Δεκαεπτάχρονη παραπληγική μαθήτρια από την Ουάσιγκτον έστειλε γράμμα στη Mattel διαμαρτυρούμενη ότι το καροτσάκι της Μπέκι δεν χωρούσε στο ασανσέρ του κουκλοσπίτου της Μπάρμπι. Η εταιρεία επανασχεδίασε τον κουκλο-ανελέκτιστρά μέσα σε λίγους μήνες.

Το 1997 το δανέζικο συγκρότημα Aqua έκανε παγκόσμια επιτυχία με το

ποπ χιτ «Barbie girl» και την τραγουδίστρια να λέει με φωνή-Μπάρμπι «Μπορείς να μου χενιώσεις τα μαλλιά και να με γδύσεις όπου κι αν βρισκόμαστε». Η εταιρεία κατασκευής μίμνεσε την αντίστοιχη δισκογραφική, το κομμάτι όμως προστατεύεται ως παρωδία από το αμερικανικό Σύνταγμα και αθωώθηκε. Το 1999 η Mattel μίμνεσε τον καλλιτέχνη Τομ Φορσθάβ για μία σειρά φωτογραφιών με τίτλο «Η διατροφική αλυσίδα της Μπάρμπι» (Food chain Barbie), που περιλάμβανε την εικόνα μιας κούκλας μέσα σε ένα μπλέντερ. Η εταιρεία έχασε τόσο τη δίκη όσο και 1,8 εκατ. ευρώ που αναγκάστηκε να δώσει ως αποζημίωση στον Φορσθάβ.

### Πολύ Ξανθό για το τίποτα

Το 2004 ανακοινώθηκε ο... χωρισμός της Μπάρμπι από τον Κεν, αφήνοντας ανοιχτό το ενδεχόμενο επανασύνδεσης. Στρατηγική που θυμίζει τερτίπια ζευγαριών του Χόλιγουντ που δεν έχουν τίποτα άλλο να πουλήσουν πέρα από τον ιλουστρασιόν έρωτά τους. Τα κέρδη της εταιρείας ανέρχονται σε 1,9 δισ. ευρώ ετησίως, που σημαίνει ότι τρεις Μπάρμπι πουλούνται ανά δευτερόλεπτο. Μία από τις πιο πολυσυζητημένες σκηνές της παράστασης του Δημήτρη Παπαϊωάννου «2» ήταν εκείνη με την τεραστίων διαστάσεων Μπάρμπι να κυριαρχεί επί σκηνής και μία στρατιά ανδρών να παρελαύνει κάτω από τα πόδια της. Σε συνέντευξή του που είχε παραχωρήσει στο «Βήμα της Κυριακής» ο δημιουργός είχε αναρωτηθεί: «Γιατί οι Ελληνίδες γίνονται Ξανθές; Σε πιο ερωτικό κάλεσμα ανταποκρίνεται αυτή η μανία των μελαχρινών;» συμπληρώνοντας ότι είχε μεγάλη επιτυχία η εισαγωγή Ρωσίδων στην Ελλάδα, ένας πρότυπο γυναικών πολύ κοντά στα χρώματα και τις αναλογίες της αμερικανίδας κούκλας. Η ίδια μοιάζει ικανή να σηκώσει στους λεπτεπίλεπτους ώμους της όλες τις γυναικείες ανασφάλειες του κόσμου. Και αυτό, αν μη τι άλλο, είναι ένας από τους μεγαλύτερους θριάμβους του αμερικανικού ναζιζάν, κύριος στόχος του οποίου ήταν και είναι να κατασκευάζονται και να πουλούνται εκατομμύρια πανομοιότυπα αντίγραφα ενός αντικειμένου.

### ΑΣΤΕΡΟΠΗ ΛΑΖΑΡΙΔΟΥ

Η έκθεση «Made in USA» φιλοξενείται στις γκαλερί της Ελληνοαμερικανικής Ενωσης, Μασσαλίας 22, Κολωνάκι. Πληροφορίες στο τηλ. 210 3680.071. Διάρκεια ως τις 5 Μαΐου, αλλά θα είναι κλειστή από τις 2 ως τις 15 Απριλίου λόγω των εορτών του Πάσχα.

**Τ**ο 1945 το ζεύγος των Ρουθ και Ελιστ Χάντλερ ένωσε τις επιχειρηματικές δυνάμεις του με τον οικογενειακό του φίλο Χάρολντ Μάτσον δημιουργώντας την εταιρεία Mattel, που έμελλε να μετατραπεί σε κολοσσό. Στα μέσα της δεκαετίας του 1950 η κυρία Ρουθ επισκέφθηκε την Ελβετία και ανακάλυψε τη γερμανικής προέλευσης κούκλα Lilli, η οποία ήταν εμπνευσμένη από ένα κόμικ του Ράινχαρντ Μπόπιν, που δημοσιευόταν στην εφημερίδα «Die Bild». Ξανθιά, καλλίγραμμη και γυναίκα καριέρας η οποία όμως δεν δίσταζε να χρησιμοποιήσει τους άνδρες προκειμένου να πετύχει τους στόχους της, η συγκεκριμένη κούκλα απευθυνόταν σε ενήλικο κοινό και ενέπνευσε τη διορατική Χάντλερ, η οποία επέστρεψε στην πατρίδα της αποφασισμένη να μεταλλάξει το γερμανικό όνειρο σε αμερικανικό: γνωρίζοντας ότι ως τότε στις ΗΠΑ κυκλοφορούσαν μόνο κούκλες με χαρακτηριστικά μωρού (baby dolls), αγόρασε τα δικαιώματα από τη γερμανική εταιρεία. Η Γερμανίδα Lilli πέθανε και η μετενσάρκωσή της πήρε το όνομα

Μπάρμπι, όπως άλλωστε ονομαζόταν και η κόρη της δαιμόνιας κυρίας Ρουθ. Το σκεπτικό της εταιρείας ήταν να οπλίσει τα χέρια των κοριτσιών με μία κούκλα που θα τα ενέπνεε για το πώς ήθελαν να γίνουν όταν μεγαλώσουν, ήτοι Ξανθές και επίδοξες νύφες...

### Οι καστανές στο ράφι...

Συνειδητοποιώντας ότι η κούκλα με τα χρυσά μαλλιά δεν απείχε πολύ από τη λογική της κότας με τα χρυσά αβγά, οι κατασκευαστές της έσπευσαν να πατεντάρουν κάθε λεπτομέρεια που την έκανε μοναδική: όταν ένα παιδί δεν την κρατούσε στα χέρια του, εκείνη μπορούσε να στέκεται σε οποιαδήποτε επίπεδη επιφάνεια. «Η κούκλα που στέκεται ολομόναχη στα πόδια της, όπως οφείλει να κάνει κάθε σύγχρονη γυναίκα» ήταν το σλόγκαν που σκαρφίστηκαν οι διαφημιστές. Χάρη σε ενσωματωμένα σύρματα μπορούσε επίσης να λυγίζει τα γόνατά της: «Τα γόνατά της λυγίζουν και κάνουν τον Κεν (σ.σ.: έτσι ονομαζόταν ο γιος του ζεύγους Χάντλερ) να γονατίζει με τη σειρά του και να τη ζητάει σε γά-

μο». Αυτό ήταν! Το μανιφέστο της Ξανθιάς μοιραίας που έχει όποιον ποθήσει στα πόδια της είχε θεοπιστεί κάτω από τη μύτη χιλιάδων αγοραστών που είχαν σπεύσει να την κάνουν δική τους, αφήνοντας την καστανή εκδοχή της –ω τι έκπληξη! – στο ράφι. Το 1971 τα μάτια της Μπάρμπι επανασχεδιάστηκαν προκειμένου να μην κοιτάζουν πλέον στο πλάι: «Η κούκλα που ξέρει να κοιτάζει μπροστά, όπως πρέπει να κάνει κάθε χειραφετημένη γυναίκα» διαλάλουν οι διαφημιστές, εξαγριώνοντας τις απανταχού φεμινίστριες, οι οποίες δεν θα έλεγαν όχι αν μαζί με τους δικούς τους στηθόδεσμούς έκαιγαν και τους μικροσκοπικούς και σχε-



**Τ**ο 1945 το ζεύγος των Ρουθ και Ελιοτ Χάντλερ ένωσε τις επιχειρηματικές δυνάμεις του με τον οικογενειακό του φίλο Χάρολντ Μάτσον δημιουργώντας την εταιρεία Mattel, που έμελλε να μετατραπεί σε κολοσσό. Στα μέσα της δεκαετίας του 1950 η κυρία Ρουθ επισκέφθηκε την Ελβετία και ανακάλυψε τη γερμανικής προέλευσης κούκλα Lilli, η οποία ήταν εμπνευσμένη από ένα κόμικ του Ράινχαρντ Μπότιν, που δημοσιευόταν στην εφημερίδα «Die Bild». Ξανθιά, καλλίγραμμη και γυναίκα καριέρας η οποία όμως δεν δίσταζε να χρησιμοποιήσει τους άνδρες προκειμένου να πετύχει τους στόχους της, η συγκεκριμένη κούκλα απευθυνόταν σε ενήλικο κοινό και ενέπνευσε τη διορατική Χάντλερ, η οποία επέστρεψε στην πατρίδα της αποφασισμένη να μεταλλάξει το γερμανικό όνειρο σε αμερικανικό: γνωρίζοντας ότι ως τότε στις ΗΠΑ κυκλοφορούσαν μόνο κούκλες με χαρακτηριστικά μωρού (baby dolls), αγόρασε τα δικαιώματα από τη γερμανική εταιρεία. Η Γερμανίδα Lilli πέθανε και η μετενοσάρκωσή της πήρε το όνομα

Μπάρμπι, όπως άλλωστε ονομαζόταν και η κόρη της δαιμόνιας κυρίας Ρουθ. Το σκεπτικό της εταιρείας ήταν να οπλίσει τα χέρια των κοριτσιών με μία κούκλα που θα τα ενέπνεε για το πώς ήθελαν να γίνουν όταν μεγαλώσουν, ήτοι Ξανθές και επίδοξες νύφες...

### **Οι καστανές στο ράφι...**

Συνειδητοποιώντας ότι η κούκλα με τα χρυσά μαλλιά δεν απείχε πολύ από τη λογική της κότας με τα χρυσά αβγά, οι κατασκευαστές της έσπευσαν να πατεντάρουν κάθε λεπτομέρεια που την έκανε μοναδική: όταν ένα παιδί δεν την κρατούσε στα χέρια του, εκείνη μπορούσε να στέκεται σε οποιαδήποτε επίπεδη επιφάνεια. «Η κούκλα που στέκεται ολομόναχη στα πόδια της, όπως οφείλει να κάνει κάθε σύγχρονη γυναίκα» ήταν το σλόγκαν που σκαρφίστηκαν οι διαφημιστές. Χάρη σε ενσωματωμένα σύρματα μπορούσε επίσης να λυγίζει τα γόνατά της: «Τα γόνατά της λυγίζουν και κάνουν τον Κεν (σ.σ.: έτσι ονομαζόταν ο γιος του ζεύγους Χάντλερ) να γονατίζει με τη σειρά του και να τη ζητάει σε γά-



μο». Αυτό ήταν! Το μανιφέστο της Ξανθιάς μοιραίας που έχει όποιον ποθήσει στα πόδια της είχε θεσπιστεί κάτω από τη μύτη χιλιάδων αγοραστών που είχαν σπεύσει να την κάνουν δική τους, αφήνοντας την καστανή εκδοχή της – ω τι έκπληξη! – στο ράφι. Το 1971 τα μάτια της Μπάρμπι επανασχεδιάστηκαν προκειμένου να μην κοιτάζουν πλέον στο πλάι: «Η κούκλα που ξέρει να κοιτάζει μπροστά, όπως πρέπει να κάνει κάθε χειραφετημένη γυναίκα» διαλάλουν οι διαφημιστές, εξαγριώνοντας τις απανταχού φεμινίστριες, οι οποίες δεν θα έλεγαν όχι αν μαζί με τους δικούς τους στηθόδεσμούς έκαigan και τους μικροσκοπικούς και σχε-

διασμένους από τη συνεργάτιδα της Mattel Σάρλοτ Τζόνσον.

διασμένους από τη συνεργάτιδα της Mattel Σάρλοτ Τζόνσον.

## Μπάρμπι και Μέριλιν

«Τελικά ποιος παίζει με ποιον; Το παιδί με την κούκλα ή η κούκλα με το παιδί; Ιδού η απορία! Πρόσπαθώντας να αποκωδικοποιήσω το συγκεκριμένο έμβλημα του αμερικανικού νιζάιν, το μυστικό μου πηγαίνει στη Μονρόε. Διότι αν η Μπάρμπι είναι κάτι παραπάνω από κούκλα, η Μέριλιν ήταν κάτι παραπάνω από γυναίκα. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο ότι ο κορυφαίος Αντι Γουόρχολ ασχολήθηκε και με τις δύο» σημειώνει ο επιμελητής της έκθεσης και διευθυντής του Μουσείου Νιζάιν Θεσσαλονίκης κ. **Στέργιος Δελιαλής**. Οντως «ο μεγαλύτερος αμερικανός νιζάινερ» όπως τον αποκαλεί ο καθηγητής και αρχιτέκτονας **Γιώργος Τζιτζιλάκης** σε κείμενο σχετικό με την έκθεση, αναπαρήγαγε τη μορφή της Μονρόε δώδεκα φορές σε ισάριθμα χρώματα, αποκόπτοντάς την από το πραγματικό περιβάλλον. Το 1985 ένωσε έτοιμος να δημιουργήσει έναν πίνακα με θέμα την Μπάρμπι, τοποθετώντάς την στο πάνθεον των μουσών του, κοντά στη Μέριλιν. Και οι δύο αποτέλεσαν και αποτελούν πρότυπο για πολλές γυναίκες που μπορεί να μη γεννήθηκαν, αλλά σίγουρα μεγάλωσαν με το όνειρο να γίνουν κάτι άλλο από αυτό που πραγματικά είναι...

## Πολιτικώς ορθή

Στην προσπάθειά της να απαλλάξει την Μπάρμπι από τη ρετσινιά της κούκλας που ευθύνεται για όλες – ή έστω τις περισσότερες – γυναικείες υστερίες, η Mattel οδηγείται σε μια σειρά από πολιτικώς ορθές κινήσεις κάθε φορά που διατυπώνεται μία κατηγορία. Η πιο πρόσφατη ήταν εκείνη περί νευρικής ανορεξίας το 1997, με την εταιρεία να αποφασίζει να... φαρδύνει τη μέση της κούκλας αρκετούς πόντους, προκειμένου να μην προσάπτουν στην πλαστική κούκλα την ευθύνη για την καχεξία χιλιάδων κοριτσιών. Την ίδια χρονιά λανσαρίστηκε η κούκλα «Share a smile Becky» (χαμογέλασέ μας, Μπέκι), η οποία ήταν καθηλωμένη σε ροζ αναπηρικό καρότσι. Δεκαεπτάχρονη παραπληγική μαθήτρια από την Ουάσιγκτον έστειλε γράμμα στη Mattel διαμαρτυρόμενη ότι το καροτσάκι της Μπέκι δεν χωρούσε στο ασανσέρ του κουκλόσπιτου της Μπάρμπι. Η εταιρεία επανασχεδίασε τον κουκλο-ανελκυστήρα μέσα σε λίγους μήνες.

Το 1997 το δανέζικο συγκρότημα Aqua έκανε παγκόσμια επιτυχία με το

ποπ χιτ «Barbie girl» και την τραγουδίστρια να λέει με φωνή-Μπάρμπι «Μπορείς να μου χτενίσεις τα μαλλιά και να με γδύσεις όπου κι αν βρισκόμαστε». Η εταιρεία κατασκευής μήνυσε την αντίστοιχη δισκογραφική, το κομμάτι όμως προστατευόταν ως παρωδία από το αμερικανικό Σύνταγμα και αθωώθηκε. Το 1999 η Mattel μήνυσε τον καλλιτέχνη Τομ Φορσάιθ για μία σειρά φωτογραφιών με τίτλο «Η διατροφική αλυσίδα της Μπάρμπι» (Food chain Barbie), που περιελάμβανε την εικόνα μιας κούκλας μέσα σε ένα μπλέντερ. Η εταιρεία έχασε τόσο τη δίκη όσο και 1,8 εκατ. ευρώ που αναγκάστηκε να δώσει ως αποζημίωση στον Φορσάιθ.

## Πολύ Ξανθό για το τίποτα

Το 2004 ανακοινώθηκε ο... χωρισμός της Μπάρμπι από τον Κεν, αφήνοντας ανοιχτό το ενδεχόμενο επανασύνδεσης. Στρατηγική που θυμίζει τερτίπια ζευγαριών του Χόλιγουντ που δεν έχουν τίποτε άλλο να πουλήσουν πέρα από τον ιλουστρασιόν έρωτά τους. Τα κέρδη της εταιρείας ανέρχονται σε 1,9 δισ. ευρώ ετησίως, που σημαίνει ότι τρεις Μπάρμπι πωλούνται ανά δευτερόλεπτο. Μία από τις πιο πολυσυζητημένες σκηνές της παράστασης του Δημήτρη Παπαϊωάννου «2» ήταν εκείνη με την τεραστίων διαστάσεων Μπάρμπι να κυριαρχεί επί σκηνής και μία στρατιά ανδρών να παρελαύνει κάτω από τα πόδια της. Σε συνέντευξή του που είχε παραχωρήσει στο «Βήμα της Κυριακής» ο δημιουργός είχε αναρωτηθεί: «Γιατί οι Ελληνίδες γίνονται ξανθές; Σε ποιο ερωτικό κάλεσμα ανταποκρίνεται αυτή η μανία των μελαχρινών;» συμπληρώνοντας ότι είχε μεγάλη επιτυχία η εισαγωγή Ρωσίδων στην Ελλάδα, ενός προτύπου γυναικών πολύ κοντά στα χρώματα και τις αναλογίες της αμερικανίδας κούκλας. Η ίδια μοιάζει ικα-



κανίδας κούκλας. Η ίδια μοιάζει ικανή να σηκώσει στους λεπτεπίλεπτους ώμους της όλες τις γυναικείες ανασφάλειες του κόσμου. Και αυτό, αν μη τι άλλο, είναι ένας από τους μεγαλύτερους θριάμβους του αμερικανικού ντιζάιν, κύριος στόχος του οποίου ήταν και είναι να κατασκευάζονται και να πωλούνται εκατομμύρια πανομοιότυπα αντίγραφα ενός αντικειμένου.

### **ΑΣΤΕΡΟΠΗ ΛΑΖΑΡΙΔΟΥ**

*Η έκθεση «Made in USA» φιλοξενείται στις γκαλερί της Ελληνοαμερικανικής Ενωσης, Μασσαλίας 22, Κολωνάκι. Πληροφορίες στο τηλ. 210 3680.071. Διάρκεια ως τις 5 Μαΐου, αλλά θα είναι κλειστή από τις 2 ως τις 15 Απριλίου λόγω των εορτών του Πάσχα.*